

利用展示级别的收益数据做出更明智的决策



概况

对于移动应用开发者而言，不管您采用任何变现模式，获取精细且准确的展示级别数据至关重要。通过广告和/或应用内购买来获利的开发者，通常依靠付费用户获取来触及和留存新用户。因此，他们需要了解每个新用户的获取成本和他们带来的收益。

并非所有的解决方案都是一样的

如果你仅仅简单地使用特定广告展示位置上产生的总收益，除以与该广告展示位置互动的用户数量，**将导致所有用户获得相同的平均值**。使用平均值会导致用户的广告收益价值不准确，并且可能会使任何广告的生命周期价值 (LTV) 的计算基础变得不可靠。

遵循以下三个指导原则，采用 MoPub 展示级别的收益数据解决方案，可以使全平台开发者能够充分利用数据来更好地了解其用户：



易达性

当发生一次广告展示后，实时获取展示级别的收益数据。



清晰性

清楚地了解收益数据的精确度。区分（来自实时竞价）准确指标与（来自广告网络的）估算指标。



灵活性

在你自己的商业智能堆栈中使用数据，或发送给外部合作伙伴进行更深入的分析 and 报告。

升级你的数据能力

获取你的用户在此级别的数据会带来巨大回报。它可以使你：

了解每个用户的真实价值

扩充你专有的应用内购买 (IAP) 收益数据，以全面了解你用户的生命周期价值 (LTV)。

用户获取的水平更上层楼

将基于广告的收益归因到每个用户获取 (UA) 广告活动，以便更好地衡量广告活动的盈利能力。

对不同用户采用不同的方式盈利

为可能与广告互动的有价值的用户提供额外的广告奖励机会。

能为你带来什么？

在开发者的应用中，MoPub 实时提供设备上每次展示相关联的收益信息。展示级别的数据包含与广告展示相关联的以下数据（未来可能会有所更改）：

收益信息：



- 基于展示的收益信息
- 货币

收益数据的精确性：



- 准确的、估算的或发布者自行定义的数据
- 广告格式（例如：原生、插屏等）

展示广告的广告合作伙伴/需求来源：



- 展示的来源（例如：广告网络、Marketplace、自家广告等）
- 广告组（line item）ID 和名称
- *广告网络的名称*
- *广告网络的placement/zone ID 等等*

*仅支持MoPub 官方支持的广告网络

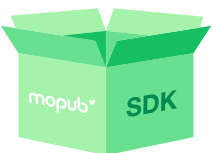
展示广告的瀑布流信息：



- 定位广告的国家/地区
- 每次展示的独立 ID
- Line Item的优先级
- 广告单元的 ID 和名称
- 广告单元的格式（例如：原生、插屏等）

以你喜欢的方式使用

你可以使用自己内部的数据处理系统来接受数据，亦可将其转给移动效果衡量、归因和分析提供商。我们与这些公司密切合作，以确保正确整合 MoPub 数据，如此一来，你就可以放心地与他们合作了。



开始使用

我们邀请所有全平台开发者采用此解决方案*

请更新至 MoPub SDK 5.7+ 并联系你的账号管理团队开启此功能

* MoPub 保留批准合作伙伴使用服务的权利，以及随时终止服务或终止任何合作伙伴的服务访问权限的权利。你可能需要遵守其他附加条款；如需了解更多信息，请访问 www.mopub.com/legal。MoPub 不保证任何展示级别数据的准确性或此类报告的效果或结果，包括报告中的任何差异或不准确之处。



联系我们: www.mopub.com | stoh@twitter.com

@2019 MoPub (Twitter, Inc. 的一个部门)

TWITTER、MOPUB 和小鸟标志是 Twitter Inc. 或其附属公司的商标。本文包含的所有第三方标志和商标均为其各所有者的资产。